

Vista Alegre torna-se em case study da Kellogg School of Management

Ilhavo Desenvolvido por Alexander Chernev, este case study centra-se na definição da estratégia da Vista Alegre para os próximos anos

A Kellogg School of Management da Northwestern University (EUA), reconhecida internacionalmente como uma das mais prestigiadas instituições de ensino nas áreas de Marketing e Gestão, dedicou um case study à Vista Alegre. O caso faz parte, desde o final de 2025, dos programas de MBA da Kellogg.

Desenvolvido pelo professor Alexander Chernev, uma das mais reconhecidas referências internacionais em Marketing, este case study centra-se na definição da estratégia da Vista Alegre para os próximos anos, analisando as principais opções de posicionamento, marketing estratégico e criação de valor sustentável num contexto global altamente competitivo.

O caso visa analisar e discutir a evolução da marca para um posicionamento consolidado como referência global no segmento de Lifestyle.

O processo de recuperação e revitalização da Vista Alegre desde 2009 foi o ponto de partida que despertou o interesse da Kellogg, ao demonstrar como uma marca de um setor tradicional em Portugal conseguiu reinventar-se e afirmar-se como referência internacional no seu segmento.

Esse percurso abriu caminho para uma reflexão mais profunda sobre a estratégia de longo prazo e as decisões que irão moldar o futuro da marca.

Estratégia assente na inovação e na criação de valor sustentável

Nos últimos anos, a Vista Alegre tem vindo a consolidar uma estratégia centrada na inovação contínua, na diferenciação e na valorização do património histórico, combinando tradição artesanal com tecnologia de ponta e design contemporâneo. A marca tem investido de forma consistente em:

- Desenvolvimento de novos produtos e coleções que cruzam arte, design e funcionalidade;
- Parcerias estratégicas com designers e artistas de renome internacional;
- Transformação digital, reforçando a proximidade com consumidores globais e canais de distribuição;
- Sustentabilidade e responsabilidade ambiental, integrando práticas mais eficientes e conscientes em toda a cadeia de valor.

A aposta numa gestão estratégica orientada para o futuro



Vista Alegre tem reinterpretado o legado à luz das novas tendências

tem permitido à Vista Alegre reforçar o seu posicionamento premium, expandir a sua presença internacional e diversificar públicos, mantendo simultaneamente a autenticidade que caracteriza a marca desde a sua fundação.

Mais do que preservar um legado, a Vista Alegre tem vindo a reinterpretá-lo à luz das novas tendências de consumo, antecipando comportamentos e criando experiências enriquecedoras que fortalecem a ligação emocional com clientes e parceiros.

Esta abordagem tem sido de-

terminante para a construção de uma marca global, relevante e preparada para os desafios de um mercado em constante transformação.

Reconhecimento global de uma marca portuguesa

Para a Vista Alegre, esta distinção representa um marco de enorme relevância.

Enquanto marca portuguesa, passa a ser objeto de estudo e discussão numa das mais prestigiadas escolas de gestão do mundo, junto de futuros líderes empresariais globais. ◀